Document generated on 07/17/2025 8:07 a.m.

Ciné-Bulles

L'auteur, le spectateur et l'oeuvre : un ménage à trois?

Jean-Pierre Laurendeau

Volume 16, Number 1, Spring 1997

URI: https://id.erudit.org/iderudit/853ac

See table of contents

Publisher(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (print)
1923-3221 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Laurendeau, J.-P. (1997). L'auteur, le spectateur et l'oeuvre : un ménage à trois? *Ciné-Bulles*, *16*(1), 40–41.

Tous droits réservés © Association des cinémas parallèles du Québec, 1996

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

L'auteur, le spectateur et l'œuvre: un ménage à trois?

par Jean-Pierre Laurendeau

Le marché du jeu vidéo dépasse de beaucoup en volume d'affaires le cinéma hollywoodien et la télévision réunis. Il s'agit d'une industrie colossale qui, par la technologie et les concepts qu'elle propose, se place à l'avant-plan de tout le vaste secteur du divertissement. À leur apparition, la télévision et le cinéma ont également connu ce stade de développement. Ils ont représenté, en leur temps, la technologie la plus étonnante, voire la plus spectaculaire, et les auditoires furent nombreux et captifs.

Un jeu vidéo est une activité interactive entre un usager et un ordinateur programmé pour créer une métaphore de la vie: une course, un combat, une quête, etc. Fait intéressant, dès le moment où les ordinateurs ont été dotés d'écrans cathodiques à la fin des années 50, des étudiants ont inventé le premier jeu vidéo, ***Space War***. Le but était simple et en parfait accord avec l'air du temps: le joueur devait détruire des vaisseaux extraterrestres (téléguidés par des communistes?) pour accumuler des points. Encore aujourd'hui, de multiples versions de ce jeu hantent le réseau Internet. Ils font partie de l'univers des *shareware*, les logiciels que l'on partage avec d'autres usagers en faisant fi de toutes les attentes du créateur face au droit d'auteur! Ici, le produit culturel est réalisé par un usager qui modifie l'œuvre d'un autre usager, et ainsi de suite.

Imaginons un instant que la vidéo indépendante décide de faire de même... Elle pourrait donner ses programmes aux diffuseurs pour que les téléspectateurs les modifient et ensuite les retourner pour diffusion. Idée saugrenue? C'est en tout cas ce qu'a permis la création des standards numériques vidéo QuickTime et M-Peg pour PC. Il est maintenant possible d'expédier des fichiers vidéo sur tout le réseau Internet. On pourrait ainsi imaginer une télévision numérique à peu de frais qui propose des œuvres, pour 30 usagers seulement, dans des formats non destinés à une diffusion télévisuelle traditionnelle. Ces usagers pourraient faire circuler les fichiers modifiés.

Mais comment l'auteur, le cinéaste ou le vidéaste, pourrait-il vivre des futures hypothétiques retombées économiques de son œuvre? En général, il faut admettre que peu d'entre eux en vivent de manière convenable. La création audiovisuelle, qu'il s'agisse de cinéma ou de vidéo, chez les auteurs indépendants, représente une forme d'activité souvent pratiquée «à temps partiel» pour des raisons purement économiques liées à la subsistance.

Pour beaucoup d'auteurs, le message est plus important que la forme. Pour d'autres, c'est dans la forme qu'est inscrit le message. Mais une chose demeure, et ce, pour toutes les formes d'art: l'œuvre est reconstruite de manière différente par chaque spectateur. Avec nos référents culturels et nos connaissances, nous sommes capables de décoder une œuvre, qu'il s'agisse d'un film ou d'une émission de télévision. La trame narrative domine, et tout le monde, ou à peu près, peut reconstituer le fil de l'intrigue et combler les «trous». Par exemple, prenons l'histoire d'une femme trompée par son «amant». Nous pouvons supposer que ce couple est «marié». Par contre, dans certains pays, l'infidélité peut exister, mais l'amour semble impossible en dehors de l'institution du mariage. Ces spectateurs concluront donc spontanément au lien conjugal des deux protagonistes et l'œuvre, une émission de télévision par exemple, s'accordera parfaitement avec les valeurs dominantes de leur culture. Ce fait a été remarqué à travers l'étude des interprétations qu'établissaient des spectateurs d'origine et de culture diverses face à la série américaine ***Dallas***.

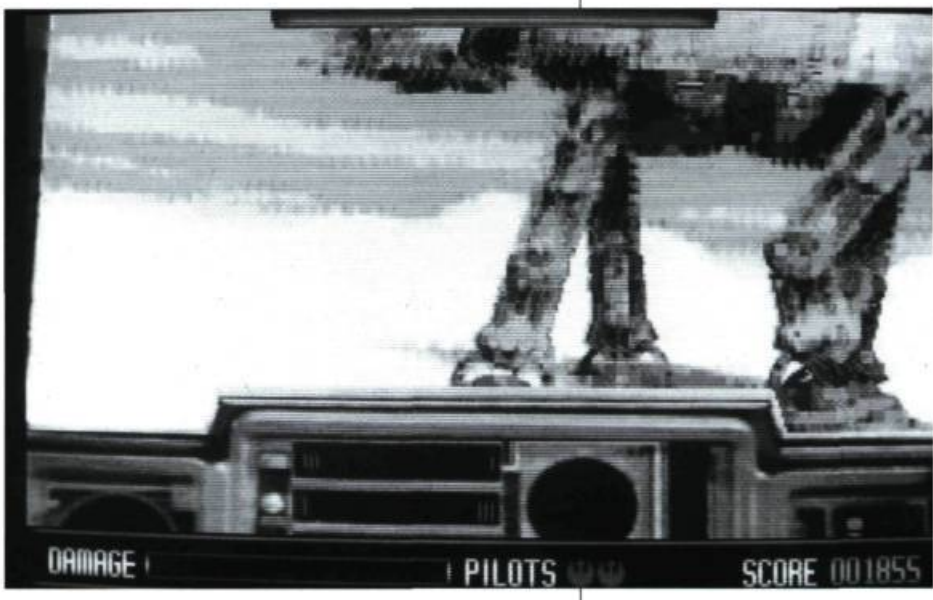
Il en va de même pour les informations télévisées, dont la structure emprunte souvent celle que l'on trouve dans la presse écrite. Des études ont démontré que le téléspectateur éprouve beaucoup de difficultés à se remémorer certains détails d'un bulletin de nouvelles. Un peu comme s'il écoutait les informations avec une partie du cerveau en position *off*! En fait, le présentateur, en livrant rapidement la manchette, donne au téléspectateur la conclusion de «l'histoire» avant même d'avoir commencé à la raconter. C'est ce qui provoque le manque d'attention pour le message transmis, et laisse ainsi le champ libre au téléspectateur, en lui permettant de compléter, avec sa connaissance souvent partielle du sujet, la nouvelle présentée.

Autrement dit, nous enrichissons, comme spectateur, le travail de l'auteur, du réalisateur, du concepteur, etc. Le public nourrit l'œuvre avec ses a priori culturels et aussi ses préjugés. La projection ou le lancement d'un film ou d'une série télévisée l'expose inévitablement à toutes les interprétations, toutes les récupérations. L'interaction avec l'œuvre suppose donc que le créateur remet une partie du travail de création au spectateur, à l'usager. C'est exactement ce que proposent les jeux vidéo, qui offrent une quantité de choix d'aventures et de cheminements au joueur. Le créateur doit ici faire preuve d'humilité car c'est l'usager qui, d'une certaine façon, complète l'œuvre. Mais, de façon générale, n'est-ce pas là le propre de tout spectateur que de compléter — et de prolonger — une œuvre offerte par un artiste, peu importe sa nature?

L'émission de télévision ou le film demeure toujours compris et reconstruit par chaque spectateur à travers sa vision du monde, filtré par sa langue, ses origines ethniques, le lieu où il est né, et ce, à l'aide des références et des outils intellectuels que lui fournissent la société ou le sous-groupe dont il fait partie. Les études de réception le démontrent: chaque spectateur reconstruit pour lui-même une compréhension différente de l'œuvre. Il y a bien sûr des grandes lignes qui s'imposent à tous. Par contre, au moment de s'attarder sur les «détails», toutes sortes d'interprétations peuvent prévaloir. Il faut donc beaucoup d'habilité pour créer un sens non équivoque pour la majorité des spectateurs.

Il fut beaucoup question des multiples avantages de la télévision interactive au moment où la compagnie Vidéotron mettait de l'avant ce nouveau service auprès de ses abonnés. Tous croyaient que le téléspectateur pourrait intervenir directement sur les contenus offerts par les chaînes de télévision. En fait, la télévision interactive est rapidement apparue comme une manière sophistiquée de «zapping». L'arrivée de la télécommande à distance a été le véritable moment-charnière marquant la création de la télévision interactive. Cet instrument permet au spectateur de modifier sans arrêt le déroulement du flot d'images qu'il reçoit de son téléviseur.

Avec l'arrivée prochaine de la télévision numérique, c'est tout l'univers de l'autoroute de l'information qui viendra bientôt se greffer à celui de la télévision. Déjà, cette nouvelle forme d'interactivité se trouve dans le discours des animateurs de télévision qui nous invitent à leur écrire, à laisser des messages dans une boîte vocale, à utiliser le courrier électronique ou encore à visiter leur site sur le réseau Internet.

Il y a longtemps que nous interagissons avec les émissions de télévision et les films, en recréant dans notre esprit un sens qui s'accorde avec nos valeurs. Il serait intéressant d'analyser plus en détail ce qui pourrait se produire si une véritable interaction avec les œuvres pouvait s'établir comme dans le domaine des logiciels de *shareware* offerts gratuitement sur Internet.

L'auteur qui croit imposer sa vision à travers la lecture de son œuvre affiche des prétentions que les nombreuses études sur la réception ont depuis longtemps remises en question. Pour les jeux vidéo, comme pour la télévision, soumise au pouvoir de la télécommande, c'est finalement toujours le spectateur, l'usager, qui a le dernier mot! ■